

# 社区满意度对广西地区体育旅游支持度的影响研究 ——以旅游地居民感知为中介变量

## THE INFLUENCE OF COMMUNITY SATISFACTION ON THE SUPPORTS OF SPORT TOURISM IN GUANGXI PROVINCE, TAKE RESIDENTS' PERCEPTION AS AN INTERVENING VARIABLE

刘海仁<sup>1</sup>, 华国伟<sup>2</sup>

Hairen Liu<sup>1</sup>, Guowei Hua<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>泰国正大管理学院中国研究生院

<sup>1,2</sup>Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

Received: August 29, 2018 / Revised: March 1, 2019 / Accepted: March 5, 2019

### 摘要

本研究基于利益相关者理论,选取广西地区具有代表性的16个少数民族体育旅游社区居民作为研究对象,以居民感知(利益感知、成本感知)为中介变量,构建了社区满意度和旅游支持度关系模型。运用SPSS统计软件对数据进行分析,探讨了社区满意度、居民感知(利益感知、成本感知)和旅游支持度之间关系。结果显示:(1)社区满意度通过居民感知(利益感知、成本感知)的中介效应影响旅游支持度;(2)社区居民对本社区体育旅游管理支持行为更多地取决于利益感知,而不是成本感知。本研究结论为科学评估少数民族体育旅游社区居民的利益感知和成本感知的作用、增强居民社区满意度、获得社区居民对旅游开发的更大支持提供了一定的理论依据和实践参考。

**关键词:** 体育旅游 居民感知 社区满意度 中介变量 旅游支持度

## Abstract

This research, based on stakeholder theories, selects 16 residents from representative minority sports tourism communities in Guangxi Region as the research object with local resident perceptions (benefit perception and costs perception) as the intervening variables, in order to build a relational model for the relationship between community satisfaction and tourism support. The statistical software of SPSS was utilized to analyze the data so as to discuss the relations among community satisfaction, local resident perceptions, and tourism support. The results show that: (1) Community satisfaction affects tourism support through the intermediary effect of resident perception (benefit perception and costs perception); (2) The support from the community residents for the sports tourism management in their community depends more on the perception of interests than the perception of cost. This study provides a theoretical basis and practical reference for scientifically assessing the role of benefit perception and cost perception, enhancing resident satisfaction with the community, and gaining more support from community residents for tourism development.

**Keywords:** Sports tourism, resident perception, satisfaction with community, intervening variables, tourism support.

## 引言

体育旅游是游客在旅行过程中, 依赖旅游地的自然环境、人文环境完成体育体验的一种社会文化活动 (Song, 2010), 它是兼具体育功能和旅游业特性的新型旅游方式。通过体育旅游资源开发, 对社区的产业结构调整、增加从业人员、带动相关产业协同发展、促进社区文化保护等方面产生积极作用, 特别是民族地区的经济发展做出了重要贡献 (He & Hu, 2017)。在给旅游地居民带来积极影响的同时, 也不可避免的对其正常生活带来干扰, 如交通拥挤和生活物质价格上涨 (Guo, Guo & Li, 2018)、对当地文化和历史遗址造成破坏等 (Andereck & Nyaupane, 2011)。因此, 作为参与主体的社区居民支持旅游的态度, 对旅游地可持续发展起着决定性作用。

居民支持旅游发展的重要性体现在以下两点: 一是当地居民在日常生产、生活中体现的生活方式和文化特征是推动旅游产业发展的基础, 没有社区居民的支持, 旅游产品的魅力影响会大幅度降低 (Nunkoo & Ramkissoon, 2012; Guo et al., 2018); 二是居民态度冷漠甚至与游客发生矛盾、冲突, 会直接影响游客重游意愿, 甚至通过媒体放大, 给旅游地声誉带来巨大负面影响 (Wang & Lu, 2014; Kim, Jun & Walker, 2015)。

就发展体育旅游与社区居民的关系来说,以往研究主要围绕旅游地与体育旅游相关的企业管理(Liu, 2010),多强调体育旅游的社会经济意义(Kim et al., 2015),甚至不少研究已经以“互联网+体育旅游”为切入点展开研究(Wu, 2017),力图使用技术和效率健全社会力量的参与和博弈(Garrod, Fyall, & Reid, 2012),不断提高体育旅游与社区居民的关系(Wang & Lu, 2014; Wang, 2014),但关注不同主体的诉求差异较少,其中一个重要的方面是居民对发展旅游获益感知的诉求。因此,关注社区居民在体育旅游资源开发中的感知状况,这对于处理好旅游开发企业、当地政府和居民的关系,争取获得居民的最大的理解和支持具有较强的现实意义。

## 文献综述

社区居民旅游感知的研究涉及居民对旅游地社会、文化和环境以及经济影响的认知,同时涉及旅游发展感知(Zamani & Musa, 2012)、保障机制(Lu, Zhang, Li, Yang, & Tang, 2008; Lu, Chen & Pan, 2010)、不同群体的利益博弈(Garrod et al., 2012)、支持度模型和影响机理(Wang, 2014)等方面。其中,体育旅游感知方面的研究侧重于通过体育赛事感知对当地旅游业的影响(Huang, 2015)、民俗文化发展过程中有关体育旅游的感知体验(Wang, Wang & Chen, 2011)、通过体育活动项目感知和总体满意度的感知研究休闲体育旅游的竞争力(Zhang & Wu, 2013; Shipway, 2016)、通过社会交换理论研究体育旅游与体育赛事消费感知关系(Hritz & Franzidis, 2018)、通过体育节市旅游影响感知旅游地文化形象和市场化关系等(Liu, 2010)。

综合现有研究成果,发现以下三个方面值得进一步探讨:第一,不同学者基于不同研究情境,认为居民旅游地的感知(利益感知、成本感知)对旅游开发的满意情况存在着较强的内在联系(Vargas & Plaza-Mejia, 2009)。有学者研究显示,对社区发展旅游满意度较高居民积极影响感知占据优势,而不满意的居民则显示消极感知较为强烈(Nunkoo & Ramkissoon, 2010)。值得注意的是,虽然也有学者认同居民对消极感知强烈而对发展旅游不满意,但还是出现支持旅游发展的情况(Wang, 2014; Wang & Lu, 2014)。从现有研究进展看,相关成果对此进行实证探讨和解释较少,这可能和社区经济发展状况以及居民对改善生活的选择有关(He & Hu, 2017; Guo et al., 2018),或者居民对旅游发展所带来的收益与成本的权衡(Gursoy, Chi & Dyer, 2010)后,出现因不满意出现支持或反对的现象。因此,这里设想中间可能受到旅游感知这一变量的影响。

第二,有文献认为对利益感知和成本感知的测量是了解居民支持旅游开发意愿的主要手段之一,因利益感知对旅游支持度有正向影响(Nunkoo & Gursoy, 2012)和成本感知对旅游支持度有负向影响(Wang & Lu, 2014; Guo et al., 2018),社区居民所表现出的满意状况也有较大差异;在利益感知和成本感知对旅游支持度的影响方面,Wu, Huang & Ma (2004)认为发展旅游需要考虑社区的文化与民族性,确保居民综合考量利益感知和成本感知,获得公平分配;Lu

et al. (2008) 指出, 受旅游社区经济发展水平、社区居民对旅游业的依赖程度的影响, 社区居民基于利益感知和成本感知对发展旅游的支持程度也会不同。

第三, 学者关注发展体育旅游对旅游地居民的经济产生影响研究, 较多的集中体现在经济利益方面, 对于居民感知与文化破坏和生态污染的关系较少提及 (Weed, 2005)。学者 Wise & Peric (2017) 通过对体育旅游发展的社会条件和居民感知的社会影响进行研究, 多角度分析并明确了发展体育旅游对旅游目的地居民和社会整体的影响, 指出了发展体育旅游对社区居民的“利益感知、自豪感、社区发展、与外界交通、成本感知”等方面具有较大影响 (Kim et al., 2015; Lu, 2018)。Lucrezi (2017) 采用模型、问卷调查和访谈相结合的方式对体育旅游的活动进行了研究, 认为通过当地企业和政府关系的互动, 可以实现体育旅游业的可持续发展。

但是一个显而易见的问题是, 以上研究没有深度分析旅游地居民感知对发展旅游的态度。因此, 考虑到发展体育旅游产业发展过程中多方博弈的复杂性, 所涉范围广泛且利益相关者众多, 从社区居民感知视角审视这一复杂过程, 不仅为研究者提供了新的思路, 而且为研究者围绕不同利益相关者对收益展开博弈, 将逐步为协调社区居民、旅游开发企业、当地政府的利益提供理论和实践支持。

## 理论基础与假设模型

### 1. 理论基础

20世纪80年代, 著名学者弗里曼提出了利益相关者理论, 强调它是基于某种利益基础上对获得有利于维护自身法律权利和道德权利的见解, 同时从组织管理学上强调它是“离开组织的支持就无法履行其职能的团体”。不少学者结合各自的研究情境对此理论进一步发展并指出, 只有所有利益相关者参与到管理过程中, 人们的行为将会持续, 才能获得其满意或支持, 才能在与合作与协同中形成事实上的合力, 促进组织进一步成长。因此, 利益相关者理论以其可操作性、表述准确性和普遍性的优点获得了各界广泛的重视, 对其在各行业中研究和运用越来越多。

随着旅游业可持续发展的提出, 利益相关者理论在旅游管理及其相关领域的运用越来越广泛, 对外界的影响已经出现了溢出效应, 更为旅游地居民合理评价旅游给社区带来的积极影响提供了一个新的视角 (He & Hu, 2017)。该视角认为: 社区居民在参与旅游发展过程中感知到有益于自己的积极影响, 将对发展旅游积极支持, 如果感知到有损自己的利益, 将会对参与和发展旅游产生消极影响, 甚至出现强烈反对旅游开发。本研究以旅游社区最核心的利益相关者——社区居民为研究对象, 分析社区满意度对发展体育旅游支持度的影响

### 2. 居民满意度对居民旅游感知的影响

社区满意度是社区居民对本社区开展活动、事件的满意程度。20世纪80年以来, 随着社会各界对旅游可持续发展的关注持续升温, 旅游地居民感知正成为相关研究的热点。从长远角度看, 居民与社区的利益关联呈日趋紧密的发展趋势 (Li, 2007), 通过旅游开发能够保持旅游地生

态的多样性,保持当地独特文化的自信心,开拓当地居民视野,强化当地居民自豪感,改善生活质量,最终大幅度提高主观幸福感 (He & Hu, 2017)。

居民感知分为利益感知和成本感知两个方面。利益感知就是居民对获得或将获得利益的感知。与之对应的是居民成本感知,它是指居民获得利益的过程中付出的代价。有研究认为,通过发展社区旅游并实现旅游产业的繁荣,必然增加了本地的就业机会、从中发掘具有旅游开发价值的产品 (Chen, 2011)、促进了社区居民收入水平提高 (Zamani & Musa, 2012)、提高了社区居民生活质量 (Job & Paesler, 2013),进一步提高了社区满意度。也有研究结果显示,当居民感知到发展旅游付出巨大的成本时态度会变得消极,甚至会因为不满意而提出反对意见或抵制旅游的发展 (Vargas & Plaza - Mejia, 2009)。基于此,本研究提出如下假设:

H1: 利益感知对社区满意度有显著正向影响;

H2: 成本感知对社区满意度有显著负向影响。

### 3. 居民感知对旅游支持度的影响

在本文中,旅游支持度就是居民对旅游开发或管理活动支持的程度。一般来说,旅游地旅游开发过程中会出现如环境、文化适应的问题,其最终结果由社区居民承担。因此,社区居民的对旅游支持是建立在其对利益感知还是成本感知强弱基础上,并通过强弱判定支持程度。有学者对利益感知、成本感知和旅游支持度的影响关系进行了大量的研究,但尚存在一定的争议。有研究证实,居民利益感知对旅游支持度有显著的正向影响 (Mekawy, 2012),利益感知越强烈,越支持社区旅游的开发和管理。Yoon (2002) 的研究结果显示,居民成本感知对旅游支持度具有显著的负向影响,居民利益感知对旅游支持度具有显著的正向影响。

有学者指出利益感知、成本感知与旅游支持度之间的关系受当地社会经济状态等因素的影响 (Nunkoo & Smith, 2013),在特定条件下,部分居民会高度聚焦于旅游发展而引起的如环境、社会文化等消极变化。居民由于对发展旅游带来的成本感知较为强烈,会出现随着成本感知的增高而减少支持的现象 (Lu et al., 2008)。也有学者 (Gursoy, Jurovski & Uysal, 2002; Gursoy & Rutherford, 2004) 对居民旅游利益感知和旅游支持度的研究显示,旅游发展在促进社区经济发展、社会进步、文化繁荣的同时,也不可避免的出现了环境恶化、商品和服务的价格高涨,导致其对发展旅游持否定态度。基于此,本研究提出如下假设:

H3: 利益感知对旅游支持度有显著正向影响;

H4: 成本感知对旅游支持度有显著负向影响。

### 4. 社区满意度对旅游支持度的影响

从社会交换理论的角度看,居民对旅游影响感知的整体表达,是在比较本社区旅游发展中自己、家庭成员及社区整体付出成本与获得收益综合评价后产生的结果体现。因此,社区居民对旅游的发展是否满意或者满意程度至关重要 (Wang, 2014)。Chen (2004) 认为社区满意度包括社区生活环境、社区内外的人际交往、是否有安全感、交通状况、消费环境和文化生活等方面;

Chen (2000) 等人通过实证研究发现人文环境、社区治安等因素会对社区满意度产生影响。这说明了社区文化环境、治安状况以及人际关系是否和谐等因素对社区满意度有着决定性作用,是社区发展与规划首先应该考虑的问题 (Sirgy & Cornwell, 2001; Filkins & Allen, 2000)。有研究表明居民在精神层面上各因素的满意度与个体的社区满意度呈正相关,如 Nunkoo & Smith (2013) 认为社区满意度越高,旅游支持度就越高。基于此,本研究提出如下假设:

H5: 社区满意度对旅游支持度有显著正向影响。

### 5. 居民感知的中介效应研究

社会环境和居民心理感受密切相关。游客旅游目的地选择是基于体验而非消费。而居民的态度直接影响着游客的重游意愿。当地政府旅游政策,尤其是发展初期的景区利益分配深刻影响着社区满意度 (Yang, 2008)。旅游地居民在获得较高的利益感知后,对当地旅游开发将表达积极支持的态度 (Liang & Hui, 2016)。相反,若感知到付出成本大于收益,将会因不满意而出现负向反馈,在支持旅游开发方面表现出较强的消极态度。一个让社区居民满意的旅游产业,必然在增加本地的就业机会、从中发掘具有旅游开发价值的产品 (Chen, 2011)、促进社区居民的收入水平提高 (Zamani & Musa, 2012)、提高社区居民生活质量 (Job & Paesler, 2013) 方面有突出表现,才能使居民因感知到旅游的利益而支持。有学者推测,这可能是居民感知 (利益感知、成本感知) 有中介作用而影响其对旅游发展的支持。

因此,对于通过利益感知、成本感知的中介效应对旅游支持度的影响研究方面,有不同的观点。如学者 Du, Su & Jiang (2012) 认为成本感知、利益感知作为中介变量能够间接影响居民的支持态度。也有学者通过实证研究,认为根据旅游社区不同发展阶段会出现无中介作用、有中介作用的情况 (Wang, 2014)。基于此本研究提出如下假设:

H6: 社区满意度通过利益感知的中介效应影响旅游支持度;

H7: 社区满意度通过成本感知的中介效应影响旅游支持度。

### 6. 假设模型

通过上述研究发现,针对自变量社区满意度、中介变量居民感知 (利益感知、成本感知) 与因变量旅游支持度三者之间关系,构建了假设模型。

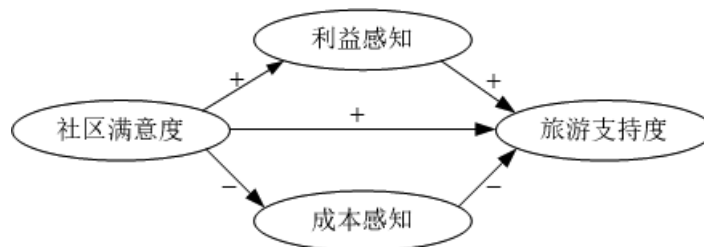


图1 假设旅游支持度假设模型

## 研究方法

### 1. 研究区域概况

广西现居住着壮、瑶、苗、侗、仫佬、毛南、京、回、彝、仡佬等11个少数民族，共有476项传统体育项目，有2项入选为国家级非物质文化遗产名录，18项入选省级非物质文化遗产名录。其中壮族共有民族传统体育项目134项，竞技类18项、游戏类34项、舞蹈类12项、表演类70项，占区域总量的49.3%。从民间开展情况来看，抛绣球、抢花炮、荡秋千、打陀螺、射弩等在各地开展的较为广泛。

本研究关于选择社区的典型性和代表性方面，步骤如下：第一步，2016年6月至2016年7月，收集广西地区目前正在开展少数民族体育旅游活动的社区名单。在广西体育局体育经济处领导和广西旅游发展委员会信息与公共服务处、产业促进处领导的帮助下，获得了广西目前已经进行开展少数民族体育旅游活动的社区名单和资料；第二步，2016年8月至2016年11月，对所获得的资料进行整理，根据旅游地生命周期理论，结合少数民族分布情况把所有社区分为成熟型、开发中逐渐走向成熟型社区、具备开发条件正准备开发或起始社区三种类型共计230处。通过5名相关领域专家和学者对三种类型社区名单及资料进行再次确认，最后整理出典型性和代表性的各社区名单。所有5名专家一直认为，具备开发条件正准备开发或起始阶段的不适宜本研究，应予以排除。最后获得了典型性和代表性的成熟型社区48处、开发中逐渐走向成熟型社区64处；第三步，2016年12月，对广西少数民族分布状况和行政区划的综合考量，通过基于发展成熟程度的按比例分层抽样，获得了广西地区具有典型性和代表性的成熟型社区，如柳州融水苗族风情街（苗）、程阳侗族八寨景区（侗）、荔浦丰鱼岩（瑶）、龙胜百面瑶寨（瑶）、金秀古占瑶寨旅游景区（瑶）、伊岭岩景区（壮）、靖西旧州绣球街（壮）等；开发中逐渐走向成熟型社区，如隆林德峨（苗）、西林县那岩屯（壮）、那坡县达腊村（彝）、那坡黑衣壮风情园（壮）、田阳古美（壮）、田阳敢壮山（壮）、南丹白裤瑶民族风情园（瑶）、环江牛角寨（毛南族）、罗城古镇船形街（仡佬）等16个少数民族传统体育旅游社区作为研究对象。

### 2. 测量工具

使用Wang (2014)博士论文成熟量表，包括控制变量、自变量、中介变量、因变量等。控制变量有性别、年龄、文化程度三项；自变量社区满意度有5项（对生活质量满意、理想居住之地、有困难能得到帮助、总体现状满意、比在其他地方生活更满意）；中介变量利益感知有5项（增加就业机会、居住环境改善生活水平提高、企业为居民提供服务、减少外出就业人数、使多数人受益），中介变量成本感知有5项（环境污染、生态破坏、物价上涨、生活受到干扰、总体状况不佳）；因变量旅游支持度有5项（支持旅游业在本地的发展、促进本地朝着更好的方向发展、旅游发挥重要经济作用、欢迎旅游者到访、支持政府旅游发展政策）。

### 3. 问卷设计及量表结构分析

调查问卷采用5分制李克特量表,以“非常不同意、不同意、一般、同意、非常同意”,赋分从左到右为1至5分。调研从2017年4月份逐步开展,每调研现场共计4人,其中1人熟悉当地语言负责现场翻译工作,1人负责现场录音,1名旅游学或管理学博士研究生负责问卷发放及回收工作,1名具有硕士学位的工作人员负责现场记录工作。问卷共计发放500份,实际回收500份,经过剔除无效问卷后,获得有效问卷460份,有效率为92%。在调查样本中,性别结构上,男女比例相当,各占50%;受访对象年龄45-64岁及65岁及以上两项占中人口的50%,较为集中;受访对象文化程度以小学和初中为主,占总人口的59.4%。

### 实证结果与分析

数据通过了SPSS信度(各维度和总体 Cronbach's 系数均大于0.7)和效度检验(各维度和总体KMO值均大于0.7),样本符合正态分布并通过了多重共线性检验。本文使用温忠麟(Wen & Ye, 2014)的中介效应检验流程,判断中介变量对社区满意度和旅游支持度的影响是完全中介还是部分中介。本文有两个中介变量,逐步检验如下:

#### 1. 利益感知对社区满意度和旅游支持度的中介效应分析

表1 利益感知对社区满意度和旅游支持度的中介效应分析(N=460)

自变量	旅游支持度		变量	利益感知	
	C1	t 值		a1	t 值
社区满意度	0.743**	16.751	社区满意度	0.645**	18.243
F 值	140.594**			81.177**	
R <sup>2</sup>	0.564			0.456	
Adj-R <sup>2</sup>	0.553			0.411	
自变量	旅游支持度		变量	旅游支持度	
	b1	t 值		C1*	t 值
利益感知	0.781**	14.283	社区满意度	0.454*	12.651
F 值	64.247**				
R <sup>2</sup>	0.487				
Adj-R <sup>2</sup>	0.484				

注: \*\*表示在  $p < 0.01$  的水平上显著, \*表示在  $p < 0.05$  的水平上显著

表1表明, 自变量社区满意度对因变量旅游支持度的回归结果显示, F值为140.594 ( $p < 0.01$ ), 回归方程显著。同时结果也显示, 社区满意度对旅游支持度有显著正向影响 ( $c1=0.743$ ,  $p < 0.01$ ), H5得到验证; 自变量利益感知对因变量社区满意度的回归结果显示, F值为81.177 ( $p < 0.01$ ), 回归方程显著。同时结果也显示, 利益感知对社区满意度有显著正向影响 ( $a1=0.645$ ,  $p < 0.01$ ), H1得到验证。

在对社区满意度通过利益感知的中介效应影响旅游支持度的假设检验中, 如表1所示, F值为64.247 ( $p < 0.01$ ), 回归方程显著。同时结果也显示, 利益感知对旅游支持度有显著正向影响 ( $b1=0.781$ ,  $p < 0.01$ ), H3得到验证。在控制了利益感知后, 社区满意度对旅游支持度依然显著 ( $c1 = 0.454$ ,  $p < 0.05$ ) 同时, 根据中介效应检验规则,  $c1$ 、 $a1$ 、 $b1$ 、 $c1$  各回归系数均显著, 说明存在不完全中介效应, H6得到验证。

## 2. 成本感知对社区满意度和旅游支持度的中介效应分析

表2 成本感知对社区满意度和旅游支持度的中介效应分析 (N=460)

自变量	旅游支持度		变量	成本感知	
	C1	t 值		a1	t 值
社区满意度	0.743**	16.751	社区满意度	0.644**	11.125
F 值	140.594**		69.087**		
R <sup>2</sup>	0.564		0.378		
Adj-R <sup>2</sup>	0.553		0.372		
自变量	旅游支持度		变量	旅游支持度	
	b1	t 值		C1,	t 值
成本感知	0.849**	10.628	社区满意度	0.412*	9.247
F 值	83.454*				
R <sup>2</sup>	0.386				
Adj-R <sup>2</sup>	0.384				

注: \*\*表示在  $p < 0.01$  的水平上显著, \*表示在  $p < 0.05$  的水平上显著

表2表明, 自变量成本感知对因变量社区满意度的回归结果显示, F值为69.087 ( $p < 0.01$ ), 回归方程显著。同时结果也显示, 利益感知对社区满意度有显著正向影响 ( $a1=0.644$ ,  $p < 0.01$ ), 结果拒绝原假设。在对社区满意度通过成本感知的中介效应影响旅游支持度的假设检验中, F值为83.454 ( $p < 0.05$ ), 回归方程显著。同时结果也显示, 成本感知对旅游支持度有显著正向影响

( $b_1=0.849, p<0.01$ ), 结果拒绝原假设。在控制了成本感知后, 社区满意度对旅游支持度依然显著 ( $c_1 = 0.412, p<0.05$ ) 同时, 根据中介效应检验规则,  $c_1$ 、 $a_1$ 、 $b_1$ 、 $c_1$  各回归系数均显著, 说明存在不完全中介效应, H7得到验证。

## 研究结论与讨论

### 1. 研究结论

本文引入居民感知(利益感知、成本感知)为中介变量, 分析居民感知对居民体育旅游度的影响机制, 通过对社区居民的调查问卷数据进行分析, 得出了以下结论:

1.1 社区居民对本社区体育旅游开发的支持行为更多地取决于利益感知, 而不是成本感知。利益感知越多的居民会调动起家庭成员参与的热情和动力, 欢迎旅游者到来。这证明了(Wang, 2014; Wang & Lu, 2014)的研究结果, 获得经济、社会、文化、生态效益居民支持旅游开发的主要原因。在本文中出现的拒绝原假设的情况, 一种可能的解释是, 体育旅游开发给居民带来的负面影响还比较小, 虽然给生活带来一些不便, 如居民生活受到干扰等, 但其它方面负面较小。这也支持了学者(Kim et al., 2015; He & Hu, 2017; Guo et al., 2018)的研究结论。

1.2 社区满意度对旅游支持度有正向影响, 利益感知对旅游支持度有显著正向影响。因此, 增强社区居民在旅游规划、旅游发展政策的制定、旅游获益分配等方面发言权, 社区满意度越高, 对发展旅游的支持度也会显著提高。证明了需要提高社区满意度(Chen, 2000; Sirgy & Cornwell, 2001; Du et al., 2012; Kim et al., 2015), 可显著提高旅游支持度。因此, 社区居民在旅游社区发展和管理中起关键作用(Vargas & Plaza - Mejia, 2009; Garrod et al., 2012), 让居民获得尊重和收益, 进一步获得社会公正、平等的待遇的机会, 进而积极支持社区旅游发展(Wang & Lu, 2014)。

1.3 居民感知(利益感知、成本感知)在社区满意度和居民支持度关系中起着部分中介作用。这证明了社区满意度(Wang, 2014; Du et al., 2012)均可通过利益感知和成本感知中介效应影响旅游支持度起部分中介作用。也证明了以往研究如(Nunkoo & Ramkissoon, 2012; Wang, 2014; Guo et al., 2018)以利益感知和成本感知作为支持旅游开发的直接并可通过其中介作用影响旅游支持度。本文将作为中介变量引入模型, 拓展了社区居民支持旅游开发的研究范围。

### 2. 管理启示

2.1 旅游规划、开发、管理等行为应兼顾社区居民利益。本研究证实了社区满意度对旅游利益感知和旅游支持度均有显著正向影响。为此, 在旅游规划、开发、管理等过程中, 政府和旅游企业应兼顾当地居民利益, 让社区居民得到更多实惠。

2.2 社区满意度对居民支持旅游开发产生直接影响, 同时也可通过利益感知和成本感知的中介作用产生间接影响。因此, 如仅仅从直接影响进行考虑, 容易低估社区满意度对支持旅游开发的影响力, 不利于判断居民的旅游开发态度。因此, 当地政府、旅游开发企业应重点关注社区满意度对居民感知对利益感知和成本感知的影响, 科学评估三者对支持旅游开发的影响力。

### 3. 研究局限和展望

3.1 通过入户访谈和发放问卷的方式, 受访者年轻人相对较少, 以中老年为主, 在论文分析中, 未对这一部分居民年龄特征做出分析, 这有待今后进一步深入探讨。

3.2 本研究将社区居民作为一个整体进行相关研究, 但并未对居民的类型进行深入细分, 因此研究结果仅代表了整体居民的情况, 无法深入反映不同群体的差异。未来研究将根据不同居民类型居民感知特点, 进行更深入地研究。

### References

- Andereck, K. L. & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248-260.
- Chen, F. (2000). Evaluation of the Urban Human Settlement Environment and Satisfaction. *Human Geography*, (4), 20-23. [in Chinese]
- Chen, L. (2011). Community participation in tourism development of Tuva Village at Kanas District. *Arid Land Geography*, 34(4), 700-706. [in Chinese]
- Chen, Z. X. (2004). The Concept, Level and Structure of Social Satisfaction. *Journal of Huazhong University of Science and Technology (Social Science Edition)*, (2), 87-89. [in Chinese]
- Du, Z. B., Su, Q. & Jiang, L. (2012). The Mediating Effects of Community Participation on the Sense of Belonging of the Residents in Tourist Destinations: A Case Study Involving Anji, Zhejiang. *Geographical Sciences*, 32(3), 329-335. [in Chinese]
- Filkins, R. & Allen, S. (2000). Cordes Predicting Community Satisfaction among Rural Residents. *An Integrative Model Rural Sociology*, 65(1), 72-86.
- Garrod, B., Fyall, A. & Reid, E. (2012). Engaging residents as stakeholders of the visitor attraction. *Tourism Management*, 33(5), 1159-1173.
- Guo, A. X., Guo, Y. Z. & Li, H. J. (2018). The Relationship between Local Residents' Tourism Impact Perception and Support for Tourism Development: The Role of Quality of Life and Community Attachment, *Economic Management*, (2), 162-175. [in Chinese]

- Gursoy, D. & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.
- Gursoy, D., Chi, C. & Dyer, P. (2010). Local' s Attitudes toward Mass and Alternative Tourism: The Case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*, 49(2), 381-394.
- Gursoy, D., Jurowski, C. & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- He, X. H. & Hu, D. (2017). The Influence Mechanism of Destination Social Responsibility on Quality-of-Life of Residents. *Economic Geography*, (8), 207-215. [in Chinese]
- Hritz, N. & Franzidis, A. F. (2018). Exploring the economic significance of the surf tourism market by experience level. *Journal of Destination Marketing & Management*, (7), 164-169.
- Huang, H. Y. (2015). Sem Model of Analysis of Sports Games. *Journal of Wuhan Institute of Physical Education*, 49(1), 36-43. [in Chinese]
- Job, H. & Paesler, F. (2013). Links between nature—based tourism protected areas poverty alleviation and crises: The example of Wasini Island (Kenya). *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 1(1-2), 18-28.
- Kim, W., Jun, H. M. & Walker, M. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large scale sport tourism events: scale development and validation. *Tourism Management*, 36(48), 21-32.
- Li, W. L. (2007). Discussion on the Causes, Obstacles and Countermeasures of the Community of Residents' Interests. *Theory Discussion*, (1), 36-39. [in Chinese]
- Liang, Z. X. & Hui, T. K. (2016). Residents' Quality of Life and Attitudes toward Tourism Development in China. *Tourism Management*, 57, 56-67.
- Liu, X. D. (2010). Survey into the Perception of Sports Festival Tourism Impact——Take Yinchuan International Motorcycle Tourism Festival as an example. *Journal of Chengdu Sport University*, 36(11), 25-28. [in Chinese]
- Lu, C. B., Zhuang, X. Y. & Deng, X. X. (2018). Perspective, Theory and Methodology: the Current Situation and Trend of Sport Tourism Research. *Journal of Chengdu Sport University*. 44(1), 57-66. [in Chinese]
- Lu, S., Chen, S. Y. & Pan, H. (2010). Preliminary Study on the Assessment of Tourism Sustainability in Ancient Village—Taking World Cultural Heritage Site Hongcun as an Example. *Tourism Tribune*, 25(1), 17-25. [in Chinese]

- Lu, S., Zhang, J., Li, D. H., Yang, X. Z. & Tang, W. Y. (2008). Comparison of resort residents' perceptions and attitudes: Case studies in Xidi Village and Jiuzhaigou. *Acta Geographica Sinica*, 63(6), 646-656. [in Chinese]
- Lucrezi, S. (2017). Scuba diving tourism systems and sustainability: Perceptions by the scuba diving industry in two Marine Protected Areas. *Tourism Management*, (59), 385-403.
- Mekawy, M. A. (2012). Responsible slum tourism: Egyptian experience. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 2092-2113.
- Nunkoo, R. & Gursoy, D. (2012). Residents' Support for Tourism: An Identity Perspective. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 243-268.
- Nunkoo, R. & Ramkissoon, H. (2010). Modeling community support for a proposed integrated resort project. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 257-277.
- Nunkoo, R. & Ramkissoon, H. (2012). Power Trust Social Exchange and Community Support. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 997-1023.
- Nunkoo, R. & Smith, S. L. J. (2013). Political economy of tourism: Trust in government actors political support and their determinants. *Tourism Management*, (36), 120-132.
- Shipway, R. (2016). Understanding cycle tourism experiences at the Tour Down Under. *Journal of Sport & Tourism*, 20(1), 21-39.
- Sirgy, M. J. & Cornwell, T. (2001). Further validation of the Sirgy et al.'s measure of community quality of life. *Social Indicators Research*, 56(2), 125-143.
- Song, J. (2010). Research on Influencing Factors of Sports Tourism System Based on WSR Analysis Framework. *China Sports Science and Technology*, 46(05), 139-145. [in Chinese]
- Vargas, A. & Plaza-Mejia, M. (2009), Porras-Bueno N. Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community. *Journal of Travel Research*, 47(3), 373-387.
- Wang, D. G., Wang, J. L. & Chen, T. (2011). Influence Model and Mechanism of the Rural Residents for Tourism Support: A Comparison of Rural Destinations of Suzhou in Different Life Cycle Stages. *Acta Geographica Sinica*, 66(10), 1413-1426. [in Chinese]
- Wang, F. Z. & Zhang, L. (2010). Research summary on residents' perceptions of tourism impacts and perception impact act factors. *Economic Geography*, 30(9), 1563-1568. [in Chinese]
- Wang, Y. & Lu, L. (2014). Community tourism support model and its application based on social exchange theory: Case studies of gateway communities of Huangshan Scenic Area. *Acta Geographica Sinica*, 69(10), 1557-1574. [in Chinese]

- Wang, Y. (2014). *Research on the Characteristics and Mechanism of Tourism Development in Portal Towns and Cities of the Huangshan Scenic Area from the Perception Perspective of Community Residents*. Doctoral Dissertation. Anhui Normal University. [in Chinese]
- Wang, Z. W. (2014). A study on tourist experience of sports festival from the perspective of perceived value —— An example from Weifang International Kite Festival. *Journal of Shandong Sport University*, 30(3), 22-27. [in Chinese]
- Weed, M. (2005). Sports tourism theory and method concepts, issues and epistemologies. *European Sport Management Quarterly*, 5(3), 229-242.
- Wen, Z. L. & Ye, B. J. (2014). Intermediary Effect Analysis: Method and Model Development. *Advances in Psychological Science*, 22(5), 731-745. [in Chinese]
- Wise, N. & Perić, M. (2017). *Tourism in the city: Towards an integrative agenda on urban tourism (311-320)*. New York: Springer.
- Wu, B. H., Huang, Z. W. & Ma, X. M. (2004). Spatial structure of rural tourism sites around China. *Scientia Geographica Sinica*, 24(6), 757-762 . [in Chinese]
- Wu, C. X. (2017). Marketing Model and Development Path of Internet Ice and Snow Sports Tourism, *Sports Culture Guide*, (5), 121-125. [in Chinese]
- Wu, W. K. (2008). Research on Charismatic Leadership Behavior of High-Level Chinese Enterprises with Subordinate EQ as a Moderating Variable. *Systems Engineering—Theory & Practice*, 28(7), 68-77. [in Chinese]
- Xiu, X. T. (2015). *Research on the Mechanism and Path of Empowering Communities in the Development of Participatory Forest Tourism*. Doctoral Dissertation. Fujian Agriculture and Forestry University. [in Chinese]
- Yang, X. Z. (2008). Community Tourism Participation and Influencing Factors in Ancient Villages: A Comparative Study of Xidi, Hongcun and Nanping. *Geographical Sciences*, (3), 445-451. [in Chinese]
- Yoon, Y. (2002). *Development of a structural model for tourism destination competitiveness from stakeholders' perspectives*. Doctoral Dissertation. Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Zamani, H. & Musa, G. (2012). The relationship between Islamic religiosity and residents' perceptions of sociocultural impacts of tourism in Iran: Case studies of Sare' in and Masooleh. *Tourism Management*, 33(4), 802-814.

Zhang, T. M. & Wu, W. (2013). The Empirical Study on Tourism Destination Competitiveness of Leisure Sports from the Perspective of Tourists' Experience. *Journal of Xi'an Physical Education University*, 30(1), 26-30. [in Chinese]



**Name and Surname:** Hairen Liu

**Highest Education:** Doctoral Candidate

**University or Agency:** Panyapiwat Institute of Management

**Field of Expertise:** Sports Tourism Culture Management

**Address:** 85/1 Moo 2, Cheangwattana Rd., Bang Talad, Pakkred,  
Nonthaburi 11120, Thailand.



**Name and Surname:** Guowei Hua

**Highest Education:** Doctoral Degree

**University or Agency:** Panyapiwat Institute of Management

**Field of Expertise:** Logistics and supply chain management, Business Administration, Management science and Engineering

**Address:** 85/1 Moo 2, Cheangwattana Rd., Bang Talad, Pakkred,  
Nonthaburi 11120, Thailand.